

ABSTRAK

Penelitian ini melakukan pra penelitian dimana peneliti melihat suatu fenomena yang mana orang-orang yang biasa mengkonsumsi rokok 1-2 bungkus dalam satu hari berpindah ke rokok elektrik yang membuat mereka tidak mengkonsumsi lagi rokok konvensional. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keakuratan informasi, ketepatan waktu informasi, relevan informasi, dan lengkap informasi akun *@ministryofvapeindonesia* terhadap keputusan pembelian produk vape di komunitas Telkom *Vapers*.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Paradigma positivisme yaitu komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim pesan (komunikator, encoder) untuk mengubah pengetahuan (sikap atau perilaku) penerima pesan (komunikasi / decoder) yang pasif. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh informasi akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkapnya media sosial instagram *@ministryofvapeindonesia* terhadap keputusan pembelian di komunitas Telkom *Vapers*.

Kesimpulan dari pengaruh informasi media sosial instagram *@ministryofvapeindonesia* terhadap keputusan pembelian pada komunitas telkom vapers memberikan pengaruh yang sesuai dengan empat ciri-ciri yang harus dimiliki oleh suatu informasi. Pengaruh informasi keakuratan, ketepatan waktu, relevan dan lengkap memberikan dampak terhadap konsumen dalam memutuskan pembelian.

Kata kunci: Pengaruh informasi, Instagram, Keputusan pembelian, Vape, Komunitas